

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Fokus pada penelitian ini adalah *fanwar* yang terjadi dalam komunitas penggemar grup K-Pop ENHYPEN, yaitu ENGENE di media sosial X. Fenomena *fanwar* merupakan kegiatan perang antar penggemar untuk melindungi idola kesayangan mereka dari ujaran kebencian yang dilontarkan oleh *haters* atau penggemar idola lainnya. *Fanwar* terjadi karena terdapat isu Palestina-Israel yang memengaruhi *comeback* ENHYPEN, di mana penggemar Indonesia dan Internasional saling melempar sindiran satu sama lain. Penelitian akan menggunakan metode netnografi Kozinets dan fenomena *fanwar* akan dianalisis dengan *Social Cognitive Theory*.

Konflik dua negara antara Palestina dan Israel berlangsung selama lebih dari satu abad, persisnya bermula pada 2 November 1917. Selama seratus tahun lebih, konflik ini telah memakan banyak korban jiwa dan orang terluka, kehancuran rumah dan gedung, serta tak sedikit warga yang mengungsi (Putri, 2023). Hal ini menyebabkan dampak yang begitu besar, baik bagi kedua negara maupun negara lain. Isu Palestina dan Israel juga membawa efek di segi kemanusiaan, politik, ekonomi, dan budaya.

Konflik ini pun membawa dampak pada industri Korea terutama pada industri musik. *Korean Pop* atau K-Pop mengalami peningkatan tak hanya menciptakan hiburan, melainkan mewujudkan komunitas global yang disebut

fandom. *Fandom* terdiri dari *fans* perempuan (*fangirl*) dan *fans* laki-laki (*fanboy*) (Salsabila & Banowo, 2024: 19-20). *Fandom* adalah kumpulan beberapa orang yang mempunyai minat atau kesukaan yang sama, bisa berupa film, musik, buku, dan lain-lain. *Fandom* memiliki tugas dalam membuktikan apakah idola tersebut populer atau tidak dan tanpa *support* penggemar, reputasi idola akan memudar secara perlahan (Wishandy dkk., 2019: 137).

Fandom K-Pop tak hanya mengikuti konten dari idola Korea, tetapi juga aktif dalam diskusi sosial-politik. Dalam isu Palestina-Israel, sebagian K-Popers (sebutan penggemar K-Pop) melakukan aksi boikot pada artis Korea yang bekerja sama atau memiliki hubungan dengan Israel. Melihat bagaimana K-Popers tersebar luas di seluruh penjuru dunia dengan jumlah yang sangat banyak, pemboikotan yang dilakukan memengaruhi artis Korea beserta agensi yang menaungi artis tersebut. Pemboikotan tersebut menyebabkan penjualan album dan jumlah *streaming* mengalami penurunan pada artis-artis Korea.

Isu Palestina dan Israel melahirkan bermacam-macam respon di kalangan K-Popers yang disebabkan oleh latar belakang, ideologi, dan perspektif yang berbeda. Dengan perbedaan ini, K-Popers dapat menyuarakan pendapat atau opini mereka masing-masing yang kemudian dapat menimbulkan terjadinya sebuah *fanwar*. *Fanwar* merupakan salah satu bentuk fanatisme penggemar, yaitu paham atau tindakan yang menggambarkan ketertarikan ekstrem pada suatu hal yang disukai (Rusdiansyah & Fajarina, 2022: 64). *Fanwar* diambil dari dua kata, yaitu “*fan*” berarti penggemar dan “*war*” adalah perang, sehingga *fanwar* adalah aktivitas atau kegiatan yang menunjukkan perang antar

penggemar sebagai cara untuk melindungi idola mereka dari ujaran kebencian (Lestari & Kusuma, 2023: 441).

Salah satu *fanwar* yang terjadi karena isu Palestina dan Israel dialami oleh *fandom* ENHYPEN. ENHYPEN adalah grup K-Pop yang terbentuk melalui *survival show* bernama I-LAND dan memiliki 7 *member*: Heeseung, Jay, Jake, Sunghoon, Sunoo, Jungwon, serta Ni-ki. Nama ENHYPEN memiliki 3 makna, yakni koneksi, penemuan, dan pertumbuhan. Kata “hypen” dalam nama ENHYPEN merupakan tanda baca strip (-) yang biasanya berfungsi sebagai penghubung kata menjadi sebuah makna. Sama seperti tanda hubung, diharapkan bahwa setiap anggota ENHYPEN dapat saling terhubung, menjumpai satu dengan yang lain, serta maju bersama (Kumparan, 2021).

Comeback yang dilakukan ENHYPEN menjadi kesempatan bagi ENGENE (*fandom* ENHYPEN) untuk membuktikan kebersamaan *fandom* melalui kegiatan, salah satunya *streaming* dalam jumlah yang besar. Akan tetapi, *comeback* ENHYPEN pada November 2024 bersamaan dengan peningkatan konflik Palestina-Israel dari Oktober 2023, yang menimbulkan kegaduhan antar ENGENE. Kegaduhan tersebut kemudian menyebabkan terjadinya perang penggemar dalam internal *fandom* ENGENE, yaitu penggemar Indonesia dan penggemar Internasional.

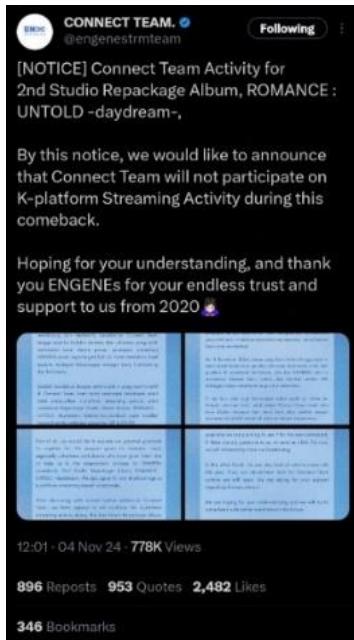
Perang penggemar atau *fanwar* penggemar K-Pop sering kali ditemui di media sosial, seperti X, Instagram, dan TikTok. *Fanwar* yang kerap didapati berupa membombardir grup yang tidak disenangi dengan *hate speech*,

membuat akun bodong untuk menjatuhkan artis atau *fans* lain, adanya *solo stan* yang membuat dinamika dalam *fandom* menjadi kurang kompak (Salsabila & Banowo, 2024), membalas komentar dengan kata-kata hinaan, serta membuat video yang berisi berita atau informasi hoax (Letwory & Sihombing, 2023).

Fanwar yang terjadi dalam *fandom* ENGENE bermula pada postingan salah satu *fanbase* ENHYPEN, yaitu CONNECT TEAM (@engenestrmteam) di media sosial X. CONNECT TEAM merupakan tim *streaming platform* musik Korea untuk membantu *chart digital* musik ENHYPEN. Setiap ENHYPEN akan melakukan *comeback*, CONNECT TEAM akan membuka donasi dan *volunteer* untuk para ENGENE yang ingin membantu meningkatkan *chart digital* ENHYPEN.

Tepat satu minggu sebelum *comeback*, 4 November 2024, CONNECT TEAM mengunggah postingan mengenai keputusan mereka untuk tidak berpartisipasi dalam *comeback* terbaru ENHYPEN pada 11 November 2024. Keputusan tersebut diambil oleh admin-admin *fanbase* karena isu produser pada *tracklist* ENHYPEN yang diketahui sebagai *supporter* IDF (*Israel Defense Forces*) dan CCFP (*Creative Community for Peace*).

Gambar I.1 *Tweet* CONNECT TEAM



(Sumber: X)

Keputusan CONNECT TEAM memicu perdebatan antara Engina (sebutan ENGNE Indonesia) dan ENGNE Internasional. Terdapat dua kubu utama dalam *quote retweet* postingan CONNECT TEAM tersebut, yaitu Engina yang mendukung keputusan dan ENGNE Internasional yang menolak keputusan tersebut. Tak hanya Engina, tetapi ada juga beberapa ENGNE Internasional yang mendukung keputusan CONNECT TEAM.

Pada *comeback* ENHYPEN tersebut, Engina melakukan aksi boikot sehingga tidak meramaikan rangkaian konten menjelang lagu baru dirilis, seperti foto konsep, poster *tracklist*, *album preview*, dan *teaser* video musik. Situasi ini didukung oleh faktor agama dan budaya, membuat penggemar Indonesia berpihak pada Palestina. Engina lebih mementingkan aspek kemanusiaan daripada mendukung grup yang bekerja sama dengan Israel.

Aksi Engina ini lantas mendatangkan perselisihan dengan ENGENE Internasional. Penggemar Internasional beramai-ramai mengatakan bahwa Engina tidak mendukung *comeback* ENHYPEN itu. Bahkan, ada ENGENE Internasional yang menyuruh CONNECT TEAM untuk meninggalkan *fandom* ENGENE karena akun *fanbase* seharusnya bertindak untuk mendukung grup. Perilaku penggemar Internasional didasari dengan perspektif yang berbeda dengan penggemar Indonesia sehingga kedua kubu menunjukkan perilaku yang sangat berbeda.

Salah satu Engina (@abcdenhaipen) memposting *tweet* yang mempertanyakan mengapa ENGENE Internasional menyerang Engina dengan keputusan dari CONNECT TEAM. Sementara itu, Engina adalah rata-rata yang memberikan donasi dan menjadi *volunteer streaming* setiap *comeback* ENHYPEN. Kejadian ini seolah-olah membuat Engina menjadi seorang musuh.

Gambar I.2 *Tweet* salah satu Engina



(Sumber: X)

Dalam perspektif komunikasi, fenomena perbedaan pendapat dan perilaku antar ENGENE yang membawa pada *fanwar* dijelaskan dalam *Social Cognitive Theory*. Teori ini memaparkan bagaimana seseorang belajar dan berperilaku lewat pengamatan dan interaksi. Terdapat empat tahap dalam proses tersebut, yaitu atensi, retensi, reproduksi, dan motivasi. Beberapa faktor seperti faktor personal (pemahaman dan kepercayaan), perilaku, serta keadaan lingkungan (*online*) menjadi alasan mengapa seseorang berperilaku demikian. Relevansi teori dengan penelitian ditunjukkan dengan bagaimana situs jejaring sosial menjadi lingkup *online* yang membangun perilaku penggemar via pengamatan dan hubungan mutual.

Hasil dari penelitian ini akan menggambarkan interaktivitas yang terlihat melalui perbedaan pendapat serta perilaku dari *fandom* ENGENE Indonesia dan Internasional. Berawal dengan perbedaan perspektif, isu ini mengantarkan pada terjadinya pertentangan antara kedua kubu yang sangat bertolak belakang. Hal tersebut tercermin melalui *fanwar* yang terjadi dengan munculnya opini dan saling sindir.

Sebelumnya, *fanwar* yang pernah terjadi melibatkan salah satu member Blackpink, yaitu Jennie. Ia mendapat kritik dari beberapa penggemar K-Pop karena terlihat tidak bersemangat menari dalam beberapa konser. Namun, tak sedikit pula yang membela idol tersebut karena ia sempat mengalami cedera dan memiliki masalah dalam kesehatan (Cantika.com, 2025). *Fanwar* lain yang sering juga terjadi di dunia K-Pop adalah ketika seorang idol terlibat dalam skandal *dating*, baik dengan sesama idol maupun non-idol. Sebagian

penggemar merasa senang idolanya berada dalam sebuah hubungan, tetapi sebagian merasa dikhianati oleh idolanya (Utami, 2023).

Dari beberapa studi terdahulu, penelitian ini memiliki kebaruan dalam isu *fanwar* yang diangkat serta subjek penelitian. Isu fanwar yang akan diteliti menyangkut isu global yang memiliki dampak besar, yaitu isu Palestina-Israel. Subjek yang digunakan tak hanya penggemar K-Pop secara umum, tetapi penggemar yang lebih spesifik, yaitu *fandom* ENGENE. Tak hanya itu, peneliti akan mengamati *fanwar* yang terjadi menggunakan metode netnografi melalui fitur *quote retweet* di aplikasi X.

Beberapa studi terdahulu yang menggunakan penggemar K-pop sebagai subjek penelitian dilakukan oleh (Letwory & Sihombing, 2023; Salsabila & Banowo, 2024; Ariyani, dkk., 2024). Ketiga studi tersebut memaparkan aktivitas fanatisme yang dilakukan K-Popers (tidak spesifik pada satu *fandom*) di media sosial dengan cara membalas komentar, menyerang grup atau penggemar lain, dan menjatuhkan pihak lain. Penelitian tentang *fanwar* K-Pop di media Instagram telah dilakukan oleh (Rinata & Dewi, 2019; Fitria, 2022). Kedua penelitian menggunakan *platform* Instagram sebagai media yang diteliti mengenai perang penggemar K-Pop melalui komentar di *feed* atau Instagram *story*.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami interaktivitas *fandom* ENGENE dalam *fanwar* mengenai isu Palestina-Israel yang ada di dalam *comeback* ENHYPEN di media sosial X. Komunitas ENGENE yang menjadi subjek dan

akan diteliti merupakan komunitas yang berada di lingkungan *online* sehingga penelitian ini menggunakan metode netnografi. Etnografi digital (netnografi) diperlukan untuk memberikan gambaran tentang pergerakan sosial di lingkup *online* (Tjahyana, 2021). Interaksi yang terjadi antar ENGENE di media sosial akan dianalisis dengan *Social Cognitive Theory*, bagaimana penggemar berperilaku menurut pengamatan dan interaksi yang dilakukan.

I.2 Rumusan Masalah

Bagaimana interaktivitas *fanwar fandom* ENGENE mengenai isu Palestina-Israel dalam *comeback* ENHYPEN di media sosial X?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami interaktivitas *fandom* ENGENE dalam *fanwar* mengenai isu Palestina-Israel yang ada di dalam *comeback* ENHYPEN di media sosial X.

I.4 Batasan Masalah

I.4.1 Subjek Penelitian

Fandom K-pop, khususnya ENGENE Indonesia dan Internasional, merupakan subjek dalam penelitian ini.

I.4.2 Objek Penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini adalah perang penggemar (*fanwar*) K-Pop mengenai isu Palestina-Israel di media sosial X.

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat menjadi acuan di masa depan dalam penelitian mengenai *fanwar* di *platform* digital.

I.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat meluaskan pengetahuan mengenai bagaimana fenomena *fanwar* penggemar K-Pop di *platform* digital.